

**RESPON PUBLIK**  
**VOL. XIII NO. 1 TAHUN 2019 HAL 34-39**

**ISSN: 2302-8432**

**PERAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN MALANG DALAM  
PROMOSI WISATA CANDI**  
**(Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang)**

Laely Harum Puspitasari, Afifuddin, Suyeno

Jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT

Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

E-mail: laelyharumpuspita16@gmail.com

**ABSTRAK**

Pariwisata di Indonesia merupakan hal yang sangat penting dan menjadi sektor utama dalam peningkatan pendapatan nasional maupun daerah. Salah satunya adalah wisata Candi. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang tentunya tidak terlepas dari hambatan atau kendala yang dapat mengurangi keefektifan promosi. Kendala tersebut yaitu berupa minimnya dana atau anggaran yang diperoleh dari pemerintah daerah (pemda), kemudian sulitnya untuk mengubah pola pikir masyarakat akan adanya potensi wisata yang dimiliki, kemudian kendala lain yang dihadapi adalah berupa sarana dan prasarana yang kurang mendukung. Selain itu karena letak candi mayoritas di pemukiman warga dan tidak ada penginapan seperti home stay untuk para wisatawan yang melakukan penelitian yang memerlukan waktu sehari-hari untuk tinggal. Hal ini tentunya akan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam promosi pariwisata.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang dalam Promosi Wisata Candi. Untuk Mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menggambarkan keadaan yang riil atau yang sebenarnya dan tentu saja berdasarkan pada fakta yang ada dan yang terjadi pada saat ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang dalam Promosi Wisata Candi yaitu Disparbud mempunyai peran utama dalam promosi, promosi yang dilakukan menggunakan Bilodeline (Brosur, Buku dan pamflet) kemudian Bofdeline (media massa: koran media elektronik: tv dan radio). Melakukan sosialisasi workshop dan pelatihan-pelatihan serta terjun langsung ke lokasi yang ingin dituju. (2) Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Wisata Candi yaitu: Faktor pendukung, adanya kegiatan pameran dan promosi wisata di dalam negeri dan di luar negeri Faktor penghambat: Sekmentasi, SDM yang kurang, sarana prasarana, dan masyarakat yang kurang sadar akan adanya potensi wisata.

**Kata Kunci : Peran, Promosi, Wisata Candi**

**I. PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Program pembangunan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Indonesia secara umum bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sebagaimana yang disebutkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang mempunyai tugas menyelenggarakan urusan di bidang kepariwisataan, tugas utama dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang yaitu promosi pariwisata. Dalam pengembangan pariwisata tidak mudah dilakukan begitu saja, melainkan membutuhkan adanya strategi promosi pariwisata yang baik yang mampu menarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara serta untuk membawa kemajuan pariwisata di Kabupaten Malang.

Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang tentunya tidak terlepas dari hambatan atau kendala yang dapat mengurangi keefektifan promosi.

Kendala tersebut yaitu berupa minimnya dana atau anggaran yang diperoleh dari pemerintah daerah (pemda), hal ini karena anggaran dana tersebut di bagi-bagi, kemudian sulitnya untuk mengubah pola pikir masyarakat akan adanya potensi wisata yang dimiliki, kemudian kendala lain yang dihadapi adalah berupa sarana dan prasarana yang kurang mendukung. Selain itu karena letak candi mayoritas di pemukiman warga dan tidak ada penginapan seperti home stay untuk para wisatawan yang melakukan penelitian yang memerlukan waktu sehari-hari untuk tinggal. Hal ini tentunya akan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam promosi pariwisata. (Observasi Wawancara: 05/11/2018)

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Sebagaimana komunikasi sebagai inti dari kegiatan promosi, terdapat tiga komponen utama dari komunikasi yang sudah digali guna pelaksanaan promosi. *Pertama*, pesan adalah pengembangan pesan

dapat dimulai dengan mengartikulasikan dengan keinginan atas apa yang harus diketahui oleh audience. *Kedua*, duta pesan adalah mereka yang secara aktual menyampaikan pesan atau orang yang dianggap target audience sebagai seorang dibalik komunikasi, ialah menggunakan duta pesan, termasuk bermitra dengan cara yang baik atau menggunakan maskot sebagai element inti sebagai kampanye. *Ketiga*, saluran komunikasi adalah dimana pesan-pesan promosi akan ditampilkan. Tipe media utama untuk sektor instansi publik termasuk diantaranya periklanan, hubungan masyarakat, event khusus, pemasaran langsung, materi, cetakan item promosi khusus, papan tanda dan pajangan, personel selling dan media populer. Jadi dibutuhkan bauran pemasaran yang lain sebagai jalan alternatif untuk pengganti bauran pemasaran.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Promosi Wisata Candi?
2. Apa Saja Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Promosi Wisata Candi?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Promosi Wisata Candi.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Promosi Wisata Candi.

### **Manfaat Penulisan**

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang.  
Sebagai bahan masukan dan pertimbangan Dalam Promosi Wisata Candi Di Kabupaten Malang.
  - b. Bagi Masyarakat  
Sebagai bahan informasi atau sebagai bahan masukan dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pariwisata
2. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Perguruan Tinggi  
Sebagai bahan referensi dan masukan terhadap penelitian-penelitian berikutnya yang ada kaitannya dengan obyek yang penulis teliti dan sebagai penambahan referensi perpustakaan fakultas Ilmu Administrasi maupun perpustakaan Universitas.

### **b. Bagi Penulis**

Sebagai upaya dalam menambah dan memperluas pengetahuan dan pengalaman tentang peran dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang dalam promosi wisata candi.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Model penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, alasan peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dikarenakan dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya berupa tulisan, kata-kata, gambar serta dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dimaksud disini adalah tempat dimana sebenarnya peneliti menangkap fenomena dari obyek diteliti untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Singosari Malang Jawa Timur. Sedangkan situs penelitian di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang.

### **Fokus Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif fokus diartikan sebagai batasan masalah yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. (sugiono, 2015:207).

Dengan adanya fokus penelitian maka akan membantu peneliti dalam kegiatan observasi agar lebih terarah. Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Promosi Wisata Candi.
  - a. Promosi Wisata Candi Di Kabupaten Malang.
  - b. Potensi wisata Candi yang ada di Kabupaten Malang.
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Promosi Wisata Candi.

### **Subyek Penelitian**

Subyek dan Pemilihan informan dalam penelitian ini di dasarkan pada orang-orang yang dipandang mampu memberikan informasi yang selengkap-lengkapny dan berkaitan dengan bidang yang diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat diakui kebenarannya. Informan penelitian utama adalah orang-orang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan informan pendukung adalah dengan cara terjun langsung ke beberapa tempat terkait:

1. Informan

- a. Seksi Museum, Sejarah dan Cagar Budaya
  - b. Seksi Promosi dan Kerjasama Pariwisata
  - c. Seksi Sarana Promosi dan Informasi Pariwisata
  - d. Masyarakat
2. Subjek Penelitian
- a. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang.

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi dalam kata-kata dan tindakan sumber data tertulis, foto dan statistik. Sumber data merupakan berasal dari mana data-data dalam penelitian tersebut diperoleh, yang kemudian menjadi sumber data dari penelitian.

Jenis penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh data penelitian menggunakan cara:

#### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek atau subyek yang diteliti. Dalam penelitian ini data primer didapatkan secara langsung oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara yaitu informasi yang dilontarkan oleh para informan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui studi pustaka, digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Data dan informasi diperoleh melalui buku, karya ilmiah, artikel atau jurnal lapangan penelitian, dokumen-dokumen, catatan-catatan, table dan gambar.

### Teknik Pengumpulan Data

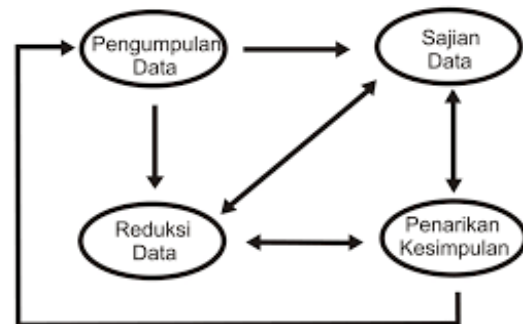
Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam peneliti ini ada tiga yaitu : Wawancara, observasi, dan dokumentasi.

### Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unut-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman terdiri dari tiga hal

utama : (1) Reduksi data; (2) Penyajian Data; dan (3) Penarikan Kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan jalin-menjalin pada saat sebelum dan sesudah pengumpulan data.

Adapun skema model interaktif analisis data sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman (1992)**

Sumber : (Muhammad Idrus, 2009)

## III. PEMBAHASAN

### A. Peran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang dalam Promosi Wisata Candi

Data yang di peroleh dari lapangan, peran dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang dalam promosi wisata candi yaitu : sebagai promosi pariwisata dengan melakukan pemasaran pariwisata melalui repitalisasi promosi melalui media digital, media cetak, melalui adanya branding, melalui event-event. Selain berperan sebagai promosi pariwisata Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang juga berperan dalam memberikan pelatihan-pelatihan dan juga workshope serta terjun langsung ke lokasi yang dituju. Dengan adanya peran dinas tersebut hal ini tentunya memiliki pengaruh yang sangat besar kepada para pariwisata dan juga masyarakat, karena dengan adanya pemasaran promosi dan juga pelatihan yang diadakan akan membuat masyarakat mengetahui akan potensi pariwisata yang dimiliki serta akan menciptakan pertumbuhan ekonomi dengan cara memanfaatkan peluang yang ada seperti membuat oleh-oleh khas dari tempat wisata tersebut.

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008:285) promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Pada dasarnya promosi dilakukan untuk tujuan memberi informasi kepada wisatawan/calon wisatawan terhadap obyek wisata yaitu dengan cara bermacam-macam melalui media cetak seperti brousur, pamflet, leaflet, baliho, spanduk, majalah melalui media sosial seperti facebook, instagram dan youtube, melalui web disparbud.kab media elektronik yaitu televisi dan radio, serta dengan cara offline seperti melakukan event pameran, roadshow, pelatihan dan lain sebagainya.

Promosi pariwisata sangat berperan penting untuk mencapai tujuan yaitu agar dapat menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan meningkatkan kunjungan pariwisata. Dengan melalui promosi ini akan terjadi kunjungan wisata ke obyek wisata yang akan membuat para wisatawan menjadi penasaran dan tertarik untuk berkunjung, selain itu wisatawan secara tidak langsung akan menjadi agen dalam promosi. Secara tidak langsung wisatawan memiliki peran penting dalam promosi ini.

Dari analisa diatas maka peneliti dapat menyusun pernyataan sebagai berikut :

**Jika Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Promosi wisata Candi tersebut dijalankan dengan baik dan sesuai segmentasi masing-masing maka akan berdampak baik atau positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan.**

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Promosi Wisata Candi**

Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang dalam menjalankan promosi pariwisata candi tidak hanya terdapat faktor pendukung tetapi juga terdapat faktor penghambat yaitu :

### **1. Faktor Pendukung Promosi Wisata Candi**

Dalam faktor pendukung promosi wisata candi ini terdapat dua kategori yaitu faktor pendukung pihak internal dan pihak eksternal. Faktor pendukung pihak internal yaitu merupakan seluruh jajaran divisi atau struktur kelembagaan Dinas Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang yang memiliki peranan untuk bertekad dan kerja keras dalam promosi wisata candi.

Dari pihak eksternal terdiri dari pemerintah kota, kemudian adanya jadwal event, pameran, baik di dalam dan luar negeri dalam promosi wisata candi serta dengan adanya kerja sama dengan stakeholder lainnya seperti hotel, rumah makan dan transportasi.

Sebagaimana yang disebutkan secara langsung maupun tidak langsung pihak internal

dan eksternal memberikan dukungan dalam peran dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang dalam promosi wisata Candi. Pemerintah menjadikan pariwisata sebagai pendapatan daerah, dan para *stakeholder* juga menjadikan bisnis pariwisata sebagai usaha meningkatkan taraf hidup mereka.

Berdasarkan analisa di atas maka peneliti dapat menyusun pernyataan :

**Jika faktor pendukung promosi wisata candi yaitu adanya jadwal kegiatan promosi yang sudah terjadwal maka akan membuat Disparbud mempunyai waktu persiapan yang mencukupi.**

### **2. Faktor Penghambat Promosi Wisata Candi**

Dalam pelaksanaan promosi wisata candi tidak terlepas dari faktor penghambat atau kendala yang dapat mengurangi keefektifan promosi. Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang mengalami kendala yaitu berupa terbatasnya anggaran dana untuk melakukan promosi secara besar-besaran, hal ini karena dana telah dibagi-bagi dalam semua bidang, selain itu juga kurangnya sumber daya manusia dengan keterbatasan sumber daya manusia yang ada di dinas pariwisata dengan beban kinerja yang tidak seimbang membuat salah satu kendala dalam promosi pariwisata, selanjutnya yaitu segmentasi karena tidak semua orang menyukai candi jadi bagaimana caranya mengemas segmentasi tersebut agar wisatawan tertarik, selain itu juga karena letak candi yang berada dipemukiman, serta masyarakat yang masih kurang sadarnya akan potensi wisata, selain itu juga karena sarana dan prasarana seperti petunjuk arah ke wisata. Hal ini tentunya akan menghambat promosi pariwisata dan kurangnya wisatawan yang tertarik untuk berkunjung.

Berdasarkan analisa di atas maka peneliti dapat menyusun pernyataan sebagai berikut:

**Jika faktor penghambat dapat dicari solusinya oleh DISPARBUD maka akan memberikan dampak yang sangat baik untuk promosi wisata candi dan meningkatkan kunjungan wisata.**

## **C. Rekomendasi Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan**

untuk melakukan kegiatan promosi wisata candi yang lebih efektif efisien dan maksimal. Diharapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Malang dapat menggunakan promosi dengan media online dan *offline*. Media online

berupa promosi melalui media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube* serta media sosial lainnya. Yaitu dengan membuat akun khusus wisata candi dengan menginformasikan sejarah dan potensi yang dimiliki, menggunakan media offline yaitu berupa brousur, baliho, famlite dan lain-lain. Selain itu media offline yang harus dilakukan oleh DISPARBUD adalah dengan membuat rambu wisata dan peta wisata, hal ini agar wisatawan mengetahui ada wisata candi dan tidak kesulitan dalam mencari wisata yang ingin dituju. Sebagai contoh apabila dipasang Peta Wisata Candi di Kabupaten Malang disetiap lampu merah maka hal ini secara tidak langsung masyarakat mengetahui tentang keberadaan wisata candi dan tertarik untuk mengunjungi.

Selanjutnya yaitu dengan menggunakan endorse yaitu mempercayai seorang tokoh publik atau selebriti untuk menjadi *brand ambassador* wisata candi yang ada di kabupaten Malang sehingga dengan menggunakan *brand ambassador* tersebut akan lebih menarik wisatawan. Sebagai contoh selebriti Pevita Pearce dipilih oleh kementerian pariwisata tahun 2006 untuk menjadi *brand ambassador*, dengan banyaknya fans atau followers di sosial media yang dimiliki oleh selebriti atau tokoh publik tersebut, maka akan ikut mempengaruhi tingkat kunjungan wisata, dengan memposting kunjungan wisata Candi di akun media sosial mereka, maka hal ini secara tidak langsung akan mempromosikan dan menarik wisatawan. Selain itu, peran endorse akan menciptakan citra yang positif. Selanjutnya yaitu DISPARBUD diharapkan membuat open trip berkeliling dan berwisata Candi yang ada di Kabupaten Malang menggunakan transportasi Bus Pariwisata dengan berbayar agar dapat memberikan fasilitas yang baik. Tidak semua Candi yang ada di kabupaten Malang dikunjungi tetapi beberapa Candi yang memang memiliki jumlah pengunjung terbanyak yaitu seperti : Candi Singosari, Candi Kidal, Candi Sumberawan, dan Candi Badut. Dengan mengadakan *trip tour* candi, ini akan membuat inovasi baru dan menarik wisatawan karna hal ini belum ada sebelumnya di Kabupaten Malang.

#### IV. PENUTUP

##### Kesimpulan

Kemudian dari apa yang telah dikaji secara mendalam dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peran dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Malang dalam promosi wisata candi yaitu :
  - a. Dinas Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang memiliki peran utama dalam promosi pariwisata yaitu dengan cara melakukan promosi menggunakan media cetak yaitu percetakan seperti Buku, Pamflet, Brousur, Liflite dan Peta dan baik media sosial maupun media massa, media massa berupa koran, media elektronik (TV dan radio). Kemudian menggunakan media aplikasi mobile dan Website yaitu [disparbud.malangkab.go.id](http://disparbud.malangkab.go.id) selain itu juga menggunakan Offline berupa pamflet, Roadshow, Pameran-pameran.
  - b. Selanjutnya yaitu dengan cara pelatihan, sosialisasi, workshope, dan terjun langsung ke lokasi yang akan dituju.
  - c. Melibatkan semua pihak, baik dari pihak internal dan eksternal, yaitu mulai dari dinas dan pemerintahan kota / pusat hingga masyarakat.
2. Faktor pendukung dalam promosi wisata candi yaitu :
  - a. pihak internal yang merupakan seluruh jajaran devisi atau struktur kelembagaan Dinas Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang yang memiliki peranan untuk bertekad dan kerja keras dalam promosi wisata candi.
  - b. Pihak eksternal terdiri dari pemerintah kota, kemudian adanya jadwal event, pameran, baik di dalam dan luar negeri dalam promosi wisata candi serta dengan adanya kerja sama dengan *stakeholder* lainnya seperti hotel, rumah makan dan transportasi.
3. Faktor penghambat dalam promosi wisata candi yaitu :
  - a. Terbatasnya anggaran dana untuk melakukan promosi secara besar-besaran.
  - b. kurangnya sumber daya manusia dengan terbatasnya sumber daya manusia yang ada di dinas pariwisata dengan beban kinerja yang tidak seimbang.
  - c. selanjutnya yaitu sekmntasi karena tidak semua orang menyukai candi jadi bagaimana caranya mengemas sekmntasi tersebut agar wisatawan tertarik.
  - d. selain itu juga karna letak candi yang berada dipemukiman.
  - e. serta masyarakat yang masih kurang sadarnya akan potensi wisata.
  - f. selain itu juga karna sarana dan prasarana seperti petunjuk arah ke wisata.

##### Saran-saran

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka penulis mencoba untuk memberikan saran kemudian bisa menjadi masukan untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam promosi wisata candi yaitu sebagai berikut:

3. Bagi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang dalam promosi pariwisata Candi diharapkan menggunakan media internet dan membuat media yang khusus tentang Candi di Kabupaten Malang. Karena media internet adalah media yang sangat memiliki jangkauan luas. Apalagi saat ini semua serba menggunakan internet seperti facebook, twitter, instagram, dan youtube maka akan lebih memudahkan dalam promosi, memberi informasi mendalam wisata Candi dan menarik wisatawan. Selain itu peran endorse juga sangat penting dalam mempromosikan wisata candi, sebaiknya dinas pariwisata dan kebudayaan juga harus lebih memperhatikan sarana dan prasarana seperti peta wisata petunjuk arah dan tempat parkir. Hal ini agar pengunjung mudah untuk menemukan lokasi wisata dan nyaman dalam parkir kendaraanya. Selain itu diharapkan DISPARBUD Kab. Malang membuat inovasi baru yaitu dengan membuka trip kunjungan Wisata Candi, yaitu candi-candi yang ada di Kabupaten Malang yang memiliki kunjungan wisata terbanyak seperti : Candi Singosari, Candi Badut, Candi Kidal dan Candi Sumberawan. Dengan membuka trip wisata Candi yang ada di kabupaten Malang akan lebih mengenalkan Wisata Candi dan menarik wisatawan.
4. Bagi masyarakat kabupaten Malang diharapkan sadar akan wisata, dan selalu senantiasa saling menjaga dan melestarikan tempat-tempat wisata. Apabila terdapat sarana dan prasarana yang kurang memadai diharapkan koordinasi langsung terhadap dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Malang. Hal ini agar para wisatawan selalu merasa puas dan meningkatkan jumlah pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan dan Biken dikutip dari Prof. Dr. Lexy J. Moleong (2014), *Metode Penelitian Kualitatif* Dirjen Pariwisata. 1995. *Promosi Terhadap Pariwisata Nusantara*. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Fanddy Tjiptono. 2001. *strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Edisi Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Ismayanti. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta:Grasindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi ke-14*. Erlangga: Jakarta
- Lexy J. Moleong (2008), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosakarya
- Lofland dikutip dari Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A (2014), *Metode Penelitian Kualitatif*
- Maleong, Lexi J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta : Bandung Angkasa
- Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A (2014), *Metode Penelitian Kualitatif*
- Soekanto, Soerjono. 2003. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Utama, Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahab, Sahab. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Budiman, Amin dan Febriansyah. 2017. "Peran Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Alam Air Terjun 18 Di Kabupaten Bulungan." <http://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/>
- Kalangi, Rembang, dan Herat. 2015. "Peran Bidang Promosi Dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai." <https://media.neliti.com/media/publications/89559-ID-peran-bidang-promosi-dan-pemasaran-dinas.pdf>
- Yonathan, Moses. 2012. "Peranan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu Dalam Kegiatan Promosi Pariwisata Kota Batu." <https://media.neliti.com/media/publications/89559-ID-peran-bidang-promosi-dan-pemasaran-dinas.pdf>